

OBSAH

1. CHARAKTERISTIKA STRATEGICKÉHO ŘÍZENÍ	5
1.1. Strategické řízení a strategické rozhodování	5
1.2. Pojem "strategie"	8
1.3. Strategie a taktika v řízení	9
1.4. Strategie – podmínka efektivní restrukturalizace	9
1.5. Strategie pro/a malé firmy	11
1.6. Nejdůležitější důvody pro uplatňování strategického řízení	12
2. VIZE, MISE, FIREMNÍ KULTURA, IDENTITA A IMAGE FIRMY	13
2.1. Vize budoucnosti firmy	13
2.2. Poslání (mise) firmy	14
2.3. Filosofie firmy	15
2.4. Kultura lidské pospolitosti	15
2.5. Vytváření firemní identity a image firmy	18
2.6. Etický kodex firmy	21
3. NOVÉ TISÍCILETÍ – NOVÁ DOBA	23
3.1. Konec XX. století – konec dosavadního vývoje	23
3.2. XXI. století – terra incognita	25
3.3. Šest kroků k vytvoření "nové budoucnosti"	27
3.4. Vůdčí osobnosti XXI. století	27
3.5. Strategické inovativní myšlení	30
4. ZÁSADNÍ PŘÍSTUPY K TVORBĚ STRATEGIE	35
4.1. Principy strategie firmy ve XXI. století	35
4.2. Organizace a řízení firmy ve XXI. století	40
4.3. Pojetí zaměstnávání a pracovních funkcí	43
5. PŘEHLED O SITUACI FIRMY	51
5.1. Cíl a rozsah řešení strategie firmy	51
5.2. Historický vývoj firmy v předchozích letech	54
5.3. Přehled výkonnosti firmy	58
5.4. Přehled zdrojů firmy	58
6. EXTERNÍ ANALÝZA – ANALÝZA OKOLÍ FIRMY	61
6.1. Obsah externí analýzy	61
6.2. Struktura odvětví – sektor trhu	62
6.3. Vyhodnocení analýzy trhu	64
6.4. Analýza konkurence	66
6.5. Analýza dodavatelů	71
6.6. Analýza zákazníků	72
6.7. Analýza demografických faktorů	73
6.8. Legislativní rámec podnikání	75
6.9. Příležitosti a ohrožení firmy	76
6.10. Návrh konkurenční strategie	77

7. INTERNÍ ANALÝZA – ANALÝZA ČINNOSTÍ FIRMY	79
7.1. Obsah a rozsah Interní analýzy firmy	79
7.2. Hodnocení výdajů a finančního zdraví firmy	80
7.3. Hodnocení produkčního programu firmy	84
7.4. Kombinovaná analýza firmy a přínosů produkce	87
7.5. Hodnocení komponent základních činností	89
7.6. Analýza organizace a systému řízení firmy	101
7.7. Analýza toků informací a informačních systémů	102
7.8. Silné a slabé stránky firmy	103
7.9. Návrh konkurenční strategie	103
8. SOUHRN A NÁVRH STRATEGIE	105
8.1. Presentace výsledků analýz pro vedení firmy	105
8.2. Postup tvorby odvětvového scénáře	106
8.3. Syntéza výsledků analýz	108
8.4. Vymezení „Klíčových faktorů úspěchu“ – KSF's	109
8.5. Presentace výsledků syntézy pro vedení firmy	113
8.6. Vytvoření a vyhodnocení variant strategie	113
8.7. Otázky řízení lidských zdrojů	115
8.8. Návrh optimální podnikatelské strategie firmy	117
8.9. Hodnocení atraktivnosti strategických záměrů	118
8.10. Návrh prioritních úkolů k řešení problémů	119
8.11. Rozhodnutí vedení firmy o volbě strategie	119
8.12. Restrukturalizace firmy metodikou „SPIN-OFF“	120
8.13. Podmínky úspěšné realizace strategie	124
LITERATURA	127